



Migranten sind ähnlich häufig Existenzgründer wie Einheimische

Migranten sind ähnlich häufig Existenzgründer wie Einheimische - Schaut man genauer hin, stellt man fest: Während Migranten beispielsweise aus Süd- und Osteuropa nicht häufiger als Einheimische ein eigenes Unternehmen gründen, haben Zuwanderer aus den westlichen und nördlichen Anrainerstaaten Deutschlands eine deutlich höhere Gründungsneigung. "Häufiger als Einheimische sehen Migranten in einer selbständigen Tätigkeit eine gute Karriereoption", schreiben die Arbeitsmarktforscher. Die Selbständigkeit könne aber auch Weg sein, eine nicht nach deutschen Standards zertifizierte Qualifikation zu nutzen: "Eine Gründung kann die Chance eröffnen, Fähigkeiten und Kenntnisse einzusetzen, die in Deutschland formal nicht anerkannt werden", erklären die Forscher. Daneben würden auch Vorbilder für die Idee einer eigenen Unternehmensgründung eine wichtige Rolle spielen: Migranten haben häufiger Bekannte, die sich kürzlich selbstständig gemacht haben, so die Forscher. Ein Hochschulabschluss erhöht die Wahrscheinlichkeit zu gründen erheblich, geht aus der Studie hervor. Der Unterschied gegenüber Personen ohne Hochschulabschluss beträgt drei Prozentpunkte. Dies gelte gleichermaßen für Einheimische wie Migranten, betonen die Forscher. Ebenfalls unabhängig vom Migrationsstatus zeigt sich: Männer machen sich häufiger als Frauen selbständig - die Differenz beträgt wiederum drei Prozentpunkte -, und junge Menschen gründen häufiger als Ältere ein Unternehmen. Während beim mittleren Alter von rund 40 Jahren rund fünf Prozent der Migranten und der Einheimischen in den letzten dreieinhalb Jahren ein eigenes Unternehmen gegründet haben oder gerade dabei sind, es zu tun, sind es bei den 50-Jährigen rund 4,2 Prozent. Zudem stellten die Forscher fest: Die Gründungen von Migranten sind nicht weniger innovativ als die von Einheimischen. Auch bei der Exportorientierung lassen sich keine Unterschiede nachweisen. Die Studie beruht auf den Daten des Global Entrepreneurship Monitors (GEM). Die Auswertungen für Deutschland basieren auf knapp 15.000 Interviews in den Jahren 2010 bis 2012. Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit (IAB) - Weddigenstr. 20 - 22 - 90478 Nürnberg - Deutschland - Telefon: 0911 / 179-0 - Telefax: 0911/179-3258 - Mail: info@iab.de - URL: www.iab.de - 

Pressekontakt

Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit (IAB)

90478 Nürnberg

iab.de
info@iab.de

Firmenkontakt

Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit (IAB)

90478 Nürnberg

iab.de
info@iab.de

Die Geschichte Das IAB im April des Jahres 1967: eine Gründung ohne gesetzliche Grundlage, eine Abteilung der Bundesanstalt für Arbeit (BA), deren Beitrag zur Automationsdiskussion. Das IAB im Jahr 2008: eine eigene Dienststelle der Bundesagentur für Arbeit, ein quirliger Ort, dem das Korsett gleich zweier gesetzlicher Aufträge nicht zu eng geworden ist, dessen Themenvielfalt und Publikationen die Luft der Freiheit atmen, dessen Serviceeinrichtungen in vielem ihrer Zeit voraus sind. Das Hier und Heute ist über die letzten vier Jahrzehnte gewachsen und ein kurzer Blick zurück lässt uns die Gegenwart besser verstehen. Denn glücklicherweise haben viele Themen und viele Persönlichkeiten ihre Spuren hinterlassen. Der lange Weg durch die Geschichte wird knapp beschrieben. Der Auftrag Das Korsett hält uns schlank, schützt vor unnötigem Ballast. Zwischen 1969 und 1998 regelte das Arbeitsförderungsgesetz (AFG) den gesetzlichen Auftrag des IAB. Seit das AFG in das Sozialgesetzbuch Drittes Buch (SGB III) übernommen wurde, sind 280 und 282 SGB III für uns maßgeblich. Erweitert wurde dieser Auftrag erst in jüngster Zeit. Denn neben dem SGB III wird die Arbeit des IAB nun auch durch 55 des SGB II bestimmt. Wir untersuchen jetzt nicht nur die vielfältigen Wirkungen der Instrumente der Arbeitsförderung, sondern auch die Leistungen zur Grundsicherung für Arbeitsuchende. Dieses Doppelleben macht das Arbeiten am IAB besonders spannend. Die Organisation Nach dem Auftrag folgt der Aufbau. Das Organigramm des IAB gibt einen Überblick und stellt alle Bereiche bis hin zu ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vor. Wir beschreiben, was die Bereiche inhaltlich tun und informieren über die einzelnen Projekte.